

ABSTRAK

Diana Rosinta.1124020029. Pola Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Meyakinkan Konsumen Tentang Urgensi Busana Muslimah (Studi Deskriptif pada Online Shop Totemoyoi Boutique dalam Akun Instagram @totemoyoiboutique)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghadirkan internet dengan media sosial didalamnya. Hal itu menyebabkan pola hidup manusia menjadi berubah salahsatunya berbelanja secara online lewat online shop. Selain berjualan, online shop Totemoyoi Boutique dalam akun instagram @totemoyoiboutique juga mengkomunikasikan nilai-nilai Islam kepada konsumennya. Hal tersebut terlihat dari penjualan produk busana muslimah dengan desain yang mengedepankan gaya dan juga syara, juga dari postingan Instagram miliknya berupa berbagai foto dan video yang mengandung pesan dakwah. Online Shop Totemoyoi Boutique ini adalah suatu bentuk perwujudan kegiatan dakwah dalam menghadapi era globalisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi dan penyiaran islam yang dilakukan oleh Online Shop Totemoyoi Boutique dalam menyakinkan konsumennya akan urgensi busana muslimah lewat akun instagram, dengan meneliti makna dakwah yang terkandung dalam desain busana muslimah hasil produksinya, berbagai foto dan video yang diposting dalam akun instagramnya sebagai penyiaran pesan dakwah secara meluas, juga mengetahui gaya bahasa dakwah yang diterapkan dalam seluruh kegiatan komunikasi yang dilakukan online shop ini dalam Instagramnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa interview, observasi dan studi dokumentasi. Dengan menggunakan teori Onong Uchjana Effendi tentang Pola komunikasi mekanistik yang diklasifikasikan menjadi Pola komunikasi primer sebagai pola komunikasi menggunakan lambang verbal dan nirverbal serta pola komunikasi sekunder sebagai pola komunikasi bermedia. Untuk mengidentifikasi jenis metode dakwah yang diterapkan penulis menggunakan pendekatan dakwah bil-hal, bil-lisan dan bil-qalam. Lalu untuk mengkategorisasikan gaya bahasa dakwah yang digunakan penulis menggunakan jenis penyampaian dakwah dengan metode bil-hikmah, bil-al-maw'izah al-hasanah dan bil-mujadalah.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dan penyiaran Islam yang dilakukan Online Shop Totemoyoi Boutique dalam meyakinkan konsumennya akan urgensi busana muslimah menggunakan pola komunikasi primer berupa bahasa, foto dan video juga pola komunikasi sekunder dengan instagram sebagai medianya. Kemudian makna dakwah dari desain busana muslimah yang sesuai syari'at dan mempermudah beribadah, foto dan video postingan yang berisi pesan dakwah didalam dan diluar postingan produk guna menyebarluaskan pesan dakwah, serta gaya bahasa postingan yang menggunakan metode bil-hikmah dengan bijaksana menyelipkan pesan dakwah dan bil-maw'izah al-hasanah dengan perkataan yang baik dalam setiap caption dan pelayanan konsumen.